

**Evaluasi Program CSR Perusahaan Catdi Kampung Warna-warni Jodipan
dalam Membangun *Brand Awareness***

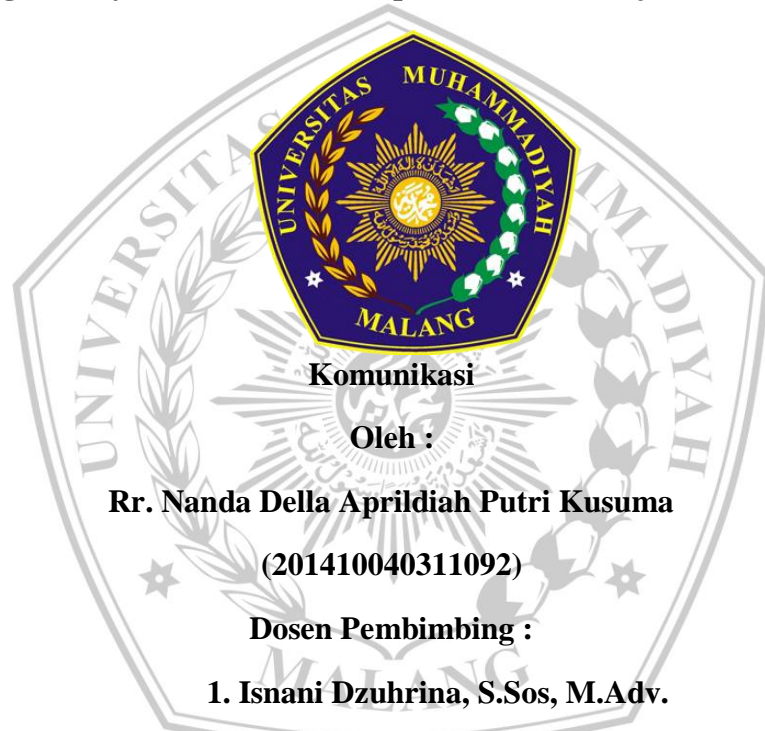
(Studi Evaluasi pada Divisi *Marketing and Communication* PT. Inti Daya Guna
Aneka Warna)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu



Komunikasi

Oleh :

Rr. Nanda Della Aprildiah Putri Kusuma

(201410040311092)

Dosen Pembimbing :

1. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv.

2. Widiya Yutanti, M.A.

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2019

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RR. NANDA DELLA APRILDIAH PUTRI KUSUMA
201410040311092

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

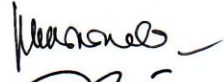



Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Pada hari Senin, 30 Desember 2019

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Zen Amirudin, M.Med.Kom. ()
2. Arum Martikasari, M.Med.Kom. ()
3. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv. ()
4. Widiya Yutanti, M.A. ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dyah Estu Kurniawati, S.Sos., M.Si.

**EVALUASI PROGRAM CSR PERUSAHAAN CAT DI
KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*
(Studi Evaluasi pada Divisi *Marketing and Communication* PT.
Inti Daya Guna Aneka Warna)**

Diajukan Oleh :

RR. NANDA DELLA APRILDIAH PUTRI KUSUMA
201410040311092

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Senin / 30 Desember 2019*

Pembimbing I



Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv.

Pembimbing II



Widiya Yutanti, M.A.

Wakil Dekan 1 FISIP



Dyah Estu Rahmayati, S.Sos., M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rr. Nanda Della Aprildiah Putri Kusuma
Tempat, tanggal lahir : Sumenep, 8 April 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 201410040311092
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

Evaluasi Program CSR Perusahaan Cat di Kampung Warna-warni Jodipan
dalam Membangun Brand Awareness (Studi Evaluasi pada Divisi *Marketing
and Communication* PT. Inti Daya Guna Aneka Warna)

adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain, baik sebagian ataupun
seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan
sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan
apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai
dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 24 Desember 2019

Yang Menyatakan,



Rr. Nanda Della Aprildiah Putri Kusuma

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, cinta dan kasihnya yang luar biasa, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“EVALUASI PROGRAM CSR PERUSAHAAN CAT DI KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* (STUDI EVALUASI PADA *DIVISI MARKETING AND COMMUNICATION PT. INTI DAYA GUNA ANEKA WARNA*)”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dan menuntaskan studi di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan untuk memperbaiki segala ketidaksempurnaan itu

Selama proses penulisan, penulis telah menerima bimbingan, nasehat dan *support* dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-sebanyaknya kepada:

1. Mama, Ayah, Adek Dea, Abang Dio, Abang Juli dan semua keluarga yang telah mendokan, saya ucapkan terima kasih atas cintanya, dukungan, moril, doa, materiil dan segenap kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis.
2. Kepada Ibu Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv dan Ibu Widiya Yutanti, M.A selaku dosen pembimbing pertama dan kedua saya, terima kasih atas arahan, penjelasan dan kesabaran yang telah ibu berikan kepada saya.

3. Drs. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dyah Estu kurniawati, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Himawan Sutanto, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
6. Pak Das, dan Bu Dyah terima kasih tak terhingga sudah sabar, dan begitu banyak membantu saya.
7. Segenap dosen Ilmu Komunikasi dan karyawan UMM yang banyak membantu dalam proses belajar saya semasa di kampus dan terimakasih telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang begitu banyak dan bermanfaat.
8. Ardi Yuda Prakoso sudah setia memberikan semangat, dukungan, doa serta menyediakan waktunya untuk menemani penulis menyelesaikan skripsi hingga selesai.
9. Bapak Very fadlli dan Bapak Michael Sandytia selaku *Marketing and Communication* PT. Inti Daya Guna Aneka Warna, terimakasih atas izin dan ketersediaannya, untuk menjadi subjek penelitian.
10. Bapak Ismail Marzuki dan Bapak Soni Parin selaku KOL Kampung Jodipan, terima kasih atas waktu, informasi serta ketersediaannya, untuk menjadi informan penelitian.
11. Ocha Soulmate yang baik hati selalu memberikan banyak semangat serta dukungan yang tidak pernah berhenti kepada penulis.
12. Roro teman pertama di Malang, anak baik yang selalu menjadi penolong serta selalu memberikan semangat untuk penulis.

13. Kak Ridha, teman baik yang tulus membantu dan selalu memberikan kebahagiaan dalam mengerjakan skripsi ini.
14. Aini dan Agam, anak partime di katur yang sudah baik hati mau membantu memberikan info dan mau di repotkan.
15. Aldi adik baik yang setiap bertemu selalu menyemangati, mendukung dan mendoakan untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
16. Nanda, Ami, Awi, dan semua teman-teman yang mendukung, membantu serta memberikan semangat bagi penulis.
17. Keluarga kedua saya UMM FM, terimakasih atas ilmu pengetahuan serta pengalaman yang sangat berarti bagi saya. Terimakasih karena adanya radio ini bisa menjadikan tempat favorit singgah setiap hari selama di kampus. Senior-senior saya di UMM FM terimakasih atas motivasi dan rasa kekeluargaan kalian, dan untuk adik-adik saya di UMM FM teruslah berjuang memberikan yang terbaik bagi organisasi tercinta kita.
18. Keluarga saya di Radio MASFM Mas Median, Mbak Rere, Pak Arif, Mbak Devi, Mas Dhoni dan yang lain terimakasih atas ilmu pengetahuan serta pengalaman yang sangat berarti bagi saya. Terimakasih sudah menjadi tempat untuk saya berkembang dan belajar banyak hal baru.
19. Teman-teman IKOM B yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu. Terimakasih telah menjadi teman-teman pertama dalam perantauan ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang banyak. Besar harapan penulis, agar penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan perkembangan dunia pendidikan khususnya Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis

membuka saran dan kritik positif yang membangun demi menjadikan penelitian ini menjadi sempurna.

Malang, 24 Desember 2019

Rr. Nanda Della Aprildiah Putri Kusuma



DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Public Relations</i>	8
2.1.1 Peran <i>Public Relations</i>	9
2.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	10
2.1.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	11
2.1.4 Tugas <i>Public Relations</i>	11
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Perusahaan	12
2.2.1 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	12
2.2.2 Komponen <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.3 Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.4 Pandangan Perusahaan tentang <i>Social Responsibility</i>	15
2.5 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.5.1 Perencanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	16

2.6 Brand sebuah Perusahaan.....	19
2.6.1 Peran Merek	20
2.6.2 Ruang Lingkup Penetapan Merek (<i>Branding</i>)	20
2.6.3 <i>Brand Awareness</i>	21
2.7 Evaluasi Program <i>Public Relations</i>	22
2.7.1 Pengertian Evaluasi Program	23
2.7.2 Manfaat Evaluasi Program.....	23
2.7.3 <i>The Unified Evaluation Model</i>	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Tipe Penelitian.....	26
3.3 Fokus Penelitian.....	28
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.4.1 Lokasi Penelitian	28
3.4.2 Waktu Penelitian	28
3.5 Subjek Penelitian.....	28
3.6 Informan.....	29
3.7 Jenis dan Sumber Data	30
3.8 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8.1 Wawancara.....	31
3.8.2 Dokumentasi	32
3.9 Teknik Analisis Data.....	32
3.10 Uji Keabsahan Data.....	35

BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil INDANA	37
4.1.1 INDANA Dulu.....	37
4.1.2 INDANA Saat ini.....	38
4.2 Visi, Misi dan Motto INDANA.....	40
4.3 Struktur Organisasi.....	41
4.4 Divisi <i>Marketing and Communication</i>	41

4.4.1 Program CSR INDANA.....	41
4.4.2 Aktivitas Divisi.....	43

BAB V PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Subjek Penelitian.....	45
5.2 Profil Informan.....	46
5.3 Hasil Evaluasi dan Pembahasan Evaluasi Program Menggunakan <i>The Unified Evaluation Model</i>	47
5.3.1 Tahap <i>Input</i>	48
5.3.2 Tahap <i>Output</i>	54
5.3.3 Tahap <i>Impact</i>	57
5.3.4 Tahap <i>Effect</i>	69
5.4 Diskusi <i>The Unified Evaluation Model</i>	76

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran.....	84
6.2.1 Saran Akademis.....	84
6.2.2 Saran Praktis.....	85

DAFTAR PUSTAKA	86
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	89
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gradasi Perencanaan CSR	17
Gambar 2.2	Piramida Awareness	22
Gambar 2.3	<i>The Unified Model of Public Relations Evaluation</i>	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	41
Gambar 5.1	<i>The Unified Model of Public Relations Evaluation</i>	48
Gambar 5.2	Kliping Media Online Detik.com.....	50
Gambar 5.3	Kliping Media Online Malangvoice.com	59
Gambar 5.4	Kliping Media Online Radarmalang.id	60
Gambar 5.5	Kliping Media Online Radarmalang.id	61
Gambar 5.6	Kliping Media Online m.republic.co.id	64
Gambar 5.7	Kliping Media Online Suryamalang.com.....	65
Gambar 5.8	Kliping Media Online m.jpnn.com.....	67
Gambar 5.9	Kliping Media Online Suryamalang.com	73



Daftar Pustaka

Buku :

- Abdurrachman, Oemi. (1995). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Alma, Buchari, (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabhet.
- Aaker, David. A, (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi Ke 8. Salemba Empat. Jakarta
- Arikunto, Suharsini. (2008). *Evaluasi Program* Jakarta: Bumi Aksara
- Bajari, Atwar. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Prosedur Tren Dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Carroll, A. B. (1979). *A three-dimension conceptual model of corporate performance*. *Academy of Management Review*.
- Crowther, David. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing Aps.
- Cutlip, Scott M., Center. Allen H., Broom, Glen M. (2000). *Effective Public Relation*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Internasional.
- Danandjaja. (2011). *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Darwin, Ali. (2004). *Corporate Social Responsibility (CSR), Standards & Reporting*. Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata. Kota Semarang.
- Durianto, Sugiartodan Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka

- Farida, Yusuf Tayibnapis. (2000). *Evaluasi Program*. Jakarta: Rineka Cipta
- Hadi, Nor. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta :Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Joseph R. Dominick, (2000). *The Dynamic of Mass Communication: Media In the Digital Age, Seventh Edition, McGraw Hill*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta :Kencana Prenada Media Group.
- Lexy, JMoleong. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- M. Gozali, Dodi. (2005). *Communication Measurement*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Nazir, Moh. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ruslan, Rosady. (1998). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi, dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Solihin, Ismail. (2009). *Corporate Social responsibility: From Charity to Sustainability*, Jakarta :Salemba Empat.
- Stark, J.S. & Thomas, A. (1994). *Assessment and program evaluation. Needham Heights: Simon & Schuster Custom Publishing*.
- Suchman, Edward A. (1961). *Evaluative Research: Principles and Practice in Public Service*

Sugiyono. (2005). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Suharto, Edi (2008), Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik, Bandung: Alfabeta.

Wibisono,yusuf. (2007). Membedah Konsep & Aplikasi CSR (*Corporate Social Responsibility*). Jakarta: PT Gramedia

Internet :

World Business Council for Sustainable Development. 2005. *Corporate Social Responsibility*. WBCSD,www.wbcsd.org diunduh tanggal 18 April 2018.

Profil PT. Inti Daya Guna Aneka Warna diakses di web www.indana.co.id tanggal 18 April 2018.

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3292071/ini-dia-mahasiswa-pencetus-kampung-warna-warni-di-kota-malang>

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://malangvoice.com/liburan-kampung-tematik-digruduk-ri.buan-wisatawan-luar-kota/>

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://radarmalang.id/no-sampah-majukan-wisata-pakai-strategi-jembatan-kaca/>

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://radarmalang.id/libur-natal-dan-tahun-baru-5000-wisatawan-kunjungi-kampung-warna-warni/>

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/p18ouf368/indana-mengolah-promosi-dengan-inovasi>

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://suryamalang.tribunnews.com/2019/04/06/setelah-jodipan-kini-kampung-hijau-pt-indana-konsisten-kembangkan-pariwisata-berbasis-kampung>

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://www.jpnn.com/news/kampung-warna-warni-jodipan-naikkan-penjualan-indana>

Diakses pada 27 November 2019, dari <https://suryamalang.tribunnews.com/2018/09/08/ulang-tahun-ke-2-kampung-warna-warni-mulai-beri-manfaat-positif-bagi-warganya>

Sertifikat plagiasi



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima Plagiasi

Nama : Rr. Nanda Della A.
NIM : 2014100403092

Hasil Plagiasi :

BAB I	44	15		
BAB II	81	60	22	14
BAB III	81	81	59	24

13

BAB IV

BAB V

BAB VI

67	42	37	27
0			
3			

15.

Malang, 24-12-2019.



Admin Plagiasi Prodi,
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki

